

Resenhas

Passeio com Eco

ECO, Umberto — *Viagem na Irrealidade Cotidiana*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984, 353 pp.

Coletânea de textos de um só autor, datados de 1963 até 1983. Estes são agrupados segundo algumas afinidades: uma apreciação de certos aspectos super-kitsch da cultura norte-americana; paralelo crítico entre nossa época e a Idade Média; visita ao subsolo do pensamento mágico que percorre certos cruzamentos da cultura da atualidade; crônicas da Aldeia Global; conjunto de pequenos ensaios sobre a leitura de certos produtos culturais; alguns textos sobre os novos filósofos, a língua, o poder e a força.

A leitura do livro equivale a um passeio com Eco, cruzado, policrômico, aparentemente disperso. Uma espécie de turismo cultural ou intelectual, onde, porém, sem sair de nossa poltrona, visitamos temas variados através dos quais nossa mente é estimulada em muitas direções.

O mosaico da paisagem apresentada, todavia, ao contrário do noticiário da televisão, pode perturbar um espírito preso a valores ou crenças sedimentadas. Se lhe dermos, não obstante, a atenção e o cuidado devidos, é possível que sua leitura não nos conserve imunes.

Onde encontrar o invariante ou, *la-tu sensu*, estilo de Umberto Eco?

Ora, em poucas linhas, e salvo melhor juízo, parece que o seu discurso sobre tantos temas, apresenta a termo, senão um aspecto, pelo menos um traço comum.

Tal qual as formigas na xilogravura de Maurits Escher, as quais, caminhando continuamente num mesmo lado de uma superfície de Moebius acabam por passar na face antípoda, Eco nos conduz em sua exploração pelo irreal cotidiano, passo a passo, ao paradoxo, ao beco de muitas ou nenhuma saída, que os pressupostos quase lineares do ponto de partida não podiam fazer pensar.

A vocação ou o gosto pelo paradoxo demonstrado passo a passo, e com lógica precisa, cuja tradição filosófica ou anedótica remonta a Zenão e a Epimênides, é um recurso retórico valioso que nos obriga à revisão de algumas crenças arraigadas até por menor hábito.

Como turismo intelectual, na geografia da cultura, sem dúvida esta viagem (mudar as idéias sem mudar de lugar) é bem mais rica do que a mais costumeira (mudar de lugar sem mudar as idéias).

Daí a irrerealidade do cotidiano desta excursão pela cultura, à qual se poderia opor à realidade do exótico. Visto por este ângulo, o exótico não necessita estar alhures ou ser procurado em outras plagas. Repousa ao alcance de nossa visão, onde quer que nos encontremos. Bastará calibrar nosso olho (ou nossa mente) de modo adequado.

Assim, o hiper-realismo das figuras de cera ou as estátuas que pretendem reproduzir em três dimensões, em tamanho natural e a cores, as obras-primas da pintura de todos os tempos "tenta convencer o visitante que o Palace of Living Arts de Los Angeles substitui e melhora o National Gallery ou o Museu do Prado" (p. 26).

Na fronteira da informação dos últimos descobrimentos da ciência e a *science fiction*, a revista *Planète*, analisada por Eco, "de tanto pensar que

tudo é possível, arrisca-se a ocultar aquilo que foi possível e se verificou" (p. 109).

Sobre a crise da razão, Eco indaga se é a razão realmente, ou se é a noção de crise que está em crise (p. 150).

Às vezes suas afirmações são inquietadoras como quando conclui seu artigo de 1983, dizendo: "Era uma vez os *mass media*, eram maus, é sabido, e havia um culpado. E a Arte (ah, por sorte) oferecia alternativas para quem não fosse prisioneiro dos *mass media*. Pois bem, tudo acabou. Temos que começar de novo e nos perguntar o que está acontecendo".

Tantos e tão variados temas, elaborados neste livro por um autor como Eco que mantém a tradição clássica de tratar a complexidade ou o inusitado com a maior clareza possível, são no mínimo um convite ou um estímulo para trabalharem-se as "verdades" do senso comum ou do saber institucional, sejam aquelas as pompas do mundial, como deste o mito do poder centralizado.

Um texto tão prolixo em sugestões, em linhas e encruzilhadas de idéias e de juízos pode gerar uma infinidade de outros dobramentos, comentários e críticas.

Pode-se concordar ou discordar com muitas de suas colocações, o que não podemos negar a Umberto Eco é a sua cortesia em colocar uma certa densidade ou singularidade características de seu tratamento à disposição do leitor não-especialista.

Isaac Epstein

Fundação Armando Álvares
Penteado (São Paulo)

Televisão sem palpites

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo — *Muito além do Jardim Botânico*, Summus, São Paulo, 1985, 164 pp.

Os poderes da televisão em influenciar pessoas sempre provocaram con-

trovérsias. Desde o obscuro vereador, afirmando ser ela responsável pela violência no país, ao marxista que a acusa de manipular o trabalhador, levando-o a defender interesses que não são os de sua classe. Na universidade, no bar da esquina ou na reunião de alguma sociedade contra a pornografia, os ânimos fervem, opiniões divergem, pois dificilmente se encontra, hoje, alguém que não tenha vivido a experiência de telespectador.

Alguém poderia dar de ombros e afirmar: "São palpites, apenas palpites". No entanto, a situação se complica quando pesquisas sobre o tema chegam a resultados bastante diferentes. Algumas, apoiadas num behaviorismo (antigo ou neo) e na crença de uma sociedade atomizada, falam nos MCM como um poder quase absoluto. Exemplos? A Alemanha de Hitler, quando ainda não existia a televisão. Outros, principalmente na vertente norte-americana, chegam a concluir que certas mensagens, enviadas por certos emissores, provocam certos efeitos, em certas pessoas, em certas ocasiões. Resultado: esta influência torna-se bastante incerta, devido às barreiras dos grupos primários, dos líderes de opinião, da exposição, percepção e retenção seletivas, da comunicação interpessoal. Releituras das obras da Escola de Frankfurt — que falavam do imenso poder dos MCM, sem se embasar na teoria comportamentalista — responderiam que televisão, rádio e jornal substituíram os grupos primários, líderes de opinião, escola ou igrejas na socialização do indivíduo. E que certamente a influência manipuladora da indústria cultural era e continua sendo enorme.

Bem, neste emaranhado de pesquisas e contrapesquisas, onde ficamos? A resposta, neste caso, é provisória. Mas, para situar-se melhor, ter uma visão global dessas diversas correntes e não abraçar palpites, nada mais correto que ficarmos *Muito além do Jardim Botânico* — um estudo sobre a audiência do *Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores*, de Carlos Eduardo Lins da Silva. Em primeiro lugar, por fugir

dos palpites; depois, pelo seu caráter instigante, fugindo de uma espécie de maniqueísmo metodológico que não raramente toma conta das ciências sociais, ao mesmo tempo em que se mantêm rigoroso, honesto e exato em seu percurso.

Para realizar essa pesquisa, que resultou em tese de doutorado defendida na USP, o autor partiu de algumas hipóteses. Por exemplo: o grau de interferência de outras fontes — além da televisão — na formação da representação da realidade de uma pessoa lhe dá maiores oportunidades de duvidar, criticar e rejeitar o que ela vê no televisor; se o grau de conhecimento pessoal que o indivíduo tem em relação a um determinado assunto é grande, então ele não vai se deixar iludir por mensagens televisivas que contêm mentiras ou meias-verdades em relação àqueles assuntos; quanto mais pessoas conhecem ou têm acesso aos meios de comunicação de massa, mais críticas elas se mostram; os efeitos do Jornal Nacional sobre a representação real que os trabalhadores fazem não é tão decisiva a ponto de moldar opiniões, em especial do que se refere aos que militam em algum tipo de movimento social ou político.

Carlos Eduardo, na busca da comprovação dessas hipóteses, aplica o método da pesquisa-ação, deixando claro, desde o início, que este trabalho não compartilha dos princípios da neutralidade científica, "por razões de postura política, já que seu autor não esconde a sua e revela-se partidário dos interesses daqueles que, na atual estrutura de classes da sociedade brasileira, encontram-se entre os que não desfrutam de poder e são explorados pelos que exercem o poder..." Dito assim, de forma rude, sem o contexto em que se encontram no livro, as palavras do autor, mais que instigantes tornam-se intrigantes, visto a maioria das pesquisas em ciências sociais se apresentarem com a roupagem circunspecta — e às vezes enganadora — de uma presumível neutralidade. No contexto, porém, elas apontam para uma discussão muito viva sobre a metodologia cien-

tífica, especialmente depois que cientistas sociais deixaram de apenas importar modelos de pesquisa e os aplicarem no país. Tal posição vale enquanto rediscussão do método, especialmente quando aplicados aos meios de comunicação, e também porque o autor relembra suas razões epistemológicas, já que em trabalho anterior utilizou a tradicional metodologia norte-americana.

Adaptando a metodologia definida por Thiollent em seu livro *Crítica metodológica, investigação social e enquete operária*, Carlos Eduardo Lins da Silva trabalhou em duas comunidades de trabalhadores, uma em Lagoa Seca, no Rio Grande do Norte, de agosto de 1980 a fevereiro de 1981, e na comunidade de Paicarará, bairro operário no município de Guarujá, litoral de São Paulo, com sessões semanais de trabalho com grupos pesquisados, a fim de se obter os dados primários. Refugando a idéia do observador distante, o autor vai descobrindo e participando da transformação operada no grupo; na medida em que a pesquisa se desenvolve, e analisando a construção e reconstrução da realidade por parte desses trabalhadores com base na televisão, mas também — e principalmente — a partir das fontes interpessoais, igreja, movimento sindical, partidos políticos, outros meios de comunicação de massa, senso crítico através do conhecimento pessoal ou do conhecimento dos próprios meios de comunicação. Isto quer dizer que, vivendo numa determinada comunidade, participando da Igreja ou de um partido político, os conteúdos veiculados pela televisão são recebidos de uma maneira filtrada. Mesmo que a televisão interfira na formação da representação da realidade, ela, em si, transforma-se num componente dessa representação, vista de uma maneira crítica pelo telespectador. Daí a importância de *Muito além do jardim Botânico*, de Carlos Eduardo Lins da Silva.

Sérgio Caparelli

Universidade Federal do R. G. do Sul

Além da difusão e da persuasão

MARQUES DE MELLO, José —
Comunicação: teoria e política,
Summus, São Paulo, 1985, 139
pp.

O livro *Comunicação: teoria e política* reúne doze ensaios, ligados à atuação profissional do Prof. Marques de Melo, com temas de relevante atualidade. A discussão se centraliza em duas áreas principais: a primeira analisa o papel da comunicação na transição democrática na América Latina, papel fundamentalmente político, porque mediador. A segunda área se preocupa com o jornalismo brasileiro, principalmente com a divulgação e os entraves do jornalismo científico.

Marques de Melo entende a comunicação não como mera difusão, mas como um espaço fundamentalmente político, já que a comunicação, por ser um complexo simbólico, faz a mediação entre os processos sociais coletivos. A comunicação não pode ser considerada uma variável apenas operacional, como instrumento de divulgação ou persuasão. Não pode haver democracia plena sem processos sociais de comunicação participativa, que fortaleçam instituições da sociedade civil como universidades, partidos políticos, igrejas e sindicatos.

É fundamental superar a noção de comunicação como mercadoria e tratá-la como bem cultural ou como serviço público, rompendo o monopólio da burguesia nesta área e o controle autoritário do Estado.

A segunda área de preocupação de Marques de Melo é o jornalismo e a sua inter-relação com a conjuntura brasileira. Os cursos de comunicação e o jornalismo evoluem em quatro etapas: a etapa ético-social, a técnico-editorial, a político-ideológica e a crítico-profissional, etapa contemporânea, na qual "buscar a identidade do jornalismo implica utilizar o arsenal metodológico alicerçado pelas ciências hu-

manas (e não apenas por uma ciência em particular) para traçar os contornos da profissão e resgatar todas as suas dimensões sociais e políticas" (p. 68).

A preocupação específica dentro do jornalismo dirige-se para o jornalismo científico, para popularizar a ciência das agências internacionais de informação.

A última parte da reflexão orienta-se para as faculdades de comunicação; principalmente os laboratórios de jornalismo, suas deficiências e as experiências promissoras, a aceitação de publicidade e o conhecimento melhor do público. A pedagogia da comunicação também é uma questão política, que deve estar presente na reflexão sobre os processos de democratização na sociedade brasileira, a partir do prisma da comunicação.

A variedade de temas impede um maior aprofundamento de algumas questões básicas como, por exemplo, a que trata do estudo da audiência da TV brasileira, um tema que permanece solto dentro do conjunto. O livro é importante tanto para estudiosos da comunicação como para todas as pessoas que se preocupam com o papel da comunicação numa sociedade que luta para superar estruturas autoritárias e encontrar formas de expressão mais participativas.

Manolo Morán
Instituto Metodista de
Ensino Superior

O saber do povo ou do cineasta?

BERNARDET, Jean Claude —
Cineastas e imagens do povo, Bra-
siliense, São Paulo, 1985, 197
pp.

O presente livro dá continuidade, de forma mais ampla e aprofundada, ao tema: "a voz do outro" (isto é, o povo presente na tela), já anteriormente

levantado pelo autor na publicação: *Os anos 70* (uma análise da cultura brasileira em um década de repressão) da Funarte, Rio de Janeiro.

O ensaio, bastante claro e didático, analisa os documentários de curta-metragem produzidos no Brasil entre 1960 e 1980.

O tema central, "a voz do outro", está mais do que nunca presente nas discussões que ocorrem nos debates em recentes festivais de cinema e seminários culturais. Na última Jornada de Cinema da Bahia, tradicional por ser um espaço onde as discussões sobre o cinema de curta-metragem são polêmicas, e, na maioria das vezes, enriquecedoras, a questão foi levantada a propósito do filme vencedor "Nada será como antes. Nada?", de Renato Tapajós. Seu filme questiona justamente a linguagem que o próprio realizador sempre empregou em mais de 20 filmes sobre as greves dos metalúrgicos, injustiças sociais etc. O "cinema-verdade" já teria cumprido seu ciclo: o que predomina é a voz da perplexidade, diante do "outro de classe" como intitula Jean Claude Bernardet.

No primeiro filme analisado, "Viramundo" (1965), de Geraldo Sarno, marco do cinema documentário brasileiro, o autor coloca a problemática dos filmes dos anos 60, de modelo sociológico. "O que informa o espectador sobre o real é o locutor, diz Jean Claude. Os entrevistados são ousados para chancelar a autenticidade da fala do locutor".

Enquanto os entrevistados falam de si, na primeira pessoa, o locutor fala deles no geral. "Ele é a voz do saber, de um saber generalizante que não encontra sua origem na experiência, mas no estudo de tipo sociológico". A função didática dos filmes de Geraldo Sarno é explicada pelo encadeamento das seqüências num raciocínio lógico que mistura a análise do fenômeno com a evolução da ação e na montagem paralela que permite a comparação por parte do espectador. São 22 páginas sobre "Viramundo" onde as questões mais fundamentais sobre o

documentário brasileiro são apontadas.

Em "Maioria Absoluta" (1964), de Léon Hirsman, a voz do saber ainda é a do locutor, mas com alguma diferença: ele usa o "nós" e o "tu". "Não teremos portanto uma locução no mundo da ciência, mas, ao contrário, ele nos — nós espectadores — envolve nas suas considerações".

Em "Subterrâneos do futebol" (1965), de Maurice Capovilla, mais uma vez o que preocupa é construir uma linha genérica, embora diferente de "Viramundo", pois os entrevistados não são pessoas anônimas.

"Opinião Pública" (1966), de Arnaldo Jabor, fala da classe média e o que o diferencia dos filmes anteriormente analisados é que o "imaginário torna-se predominante sobre os fatos; o olhar no espelho perturba o método". Em "Liberdade de Imprensa" (1967), de João Batista de Andrade, apesar dos pontos em comum com os outros filmes, Jean Claude aponta o que o filme tem de inovador, provocando uma alteração no real; e o que se mostra é a alteração provocada pela filmagem". Podem aparecer os fios, o microfone, técnicos e o gravador porque tornam-se agentes da situação. O cineasta não tem mais por que ficar oculto diante de um real intocável e fetichizado". É interessante lembrar nesta mesma linha o filme "Cabra Marcado para Morrer" (1984), de Eduardo Coutinho, lançado depois do livro terminado, embora iniciado em 1962 e interrompido em 1964.

Gradativamente, Jean Claude, no seu ensaio, vai enumerando os filmes numa ordenação que explicita a sua teoria sobre os mesmos.

Em "Tarumã" (1975), de Aluysio Raulino, que quase não tem montagem (é quase um material bruto), o entrevistador não sugere temas, ele respeita a "voz do outro". Já em "Jardim Nova Bahia" (1971), do mesmo realizador, uma particularidade: o personagem retratado no filme, na segunda parte, assume a câmera. O cineasta entrega ao outro a câmera. "O cinema abdica de sua posição para o outro assumir. Na confrontação do saber ci-

nematográfico do personagem e do cineasta quem supera o outro?"

O cuidado do autor em analisar os filmes na moviola, onde pôde ver plano por plano (gravando, inclusive, a trilha sonora de vários deles), dá ao ensaio um rigor que poucas vezes encontramos em livros sobre linguagem. Servindo como leitura fundamental para todos os que se preocupam com a questão do cinema documentário, levantando mais uma vez à discussão do tema realidade/ficção, Jean Claude torna conhecido um número significativo de filmes que fugiram a produções institucionais e convencionais, ficando, por isso, à margem dos circuitos normais de exibição e deixando uma enorme lacuna na formação cinematográfica do público e principalmente de novos realizadores.

Na Embrafilme, órgão ligado ao Ministério da Cultura e responsável pela distribuição da maioria dos filmes brasileiros, ainda hoje apenas 3 ou 4 dos filmes citados estão em distribuição. No entanto, nos anos 70, mais de 20 filmes de curta-metragem foram produzidos para atender à lamentável disciplina moral e cívica, criada dentro dos propósitos do "Brasil grande". Nós, educadores de comunicação, sentimos a falta que estes filmes fizeram na formação cultural de nossos alunos, contribuindo ainda mais para o já crônico preconceito contra o cinema brasileiro.

Reverendo os filmes enumerados, com trinteza constatamos que se não fossem os anos de repressão que vivemos e que nos impediram de ver estes filmes, poderíamos ter, aqui, a maior escola de documentários do cinema mundial. Mas os filmes ficaram e ainda podem ser vistos! Todas as vozes podem ser ouvidas, desde a "voz do dono", no dizer de Sérgio Santeiro, à voz do documentarista ou a "voz do outro", no dizer de Jean Claude Bernardet, até a "voz da perplexidade", na visão atual de Renato Tapajós. O cinema sobreviverá!

Marialva Monteiro

Centro de Cinema e Educação
(CINEDUC) - Rio de Janeiro

Gêneros jornalísticos: a codificação necessária

MARQUES DE MELO, José —
A opinião do jornalismo brasileiro, Vozes, Petrópolis, 1985,
168 pp.

A rigor, preocupar-se com a questão dos gêneros jornalísticos pode parecer uma atitude acadêmica, desprovida de senso prático, dentro de redações voltadas para o fechamento da próxima edição a circular. José Marques de Melo, em seu último livro, *A opinião do jornalismo brasileiro*, legitima a necessidade desta preocupação.

Qualquer campo do conhecimento só adquire autonomia quando sistematiza os componentes intrínsecos de seu código. É no encalço desta sistematização que o autor constrói seu raciocínio. Assim como Todorov legitima o estudo dos gêneros literários no campo da literatura, Marques de Melo transpõe a questão para o jornalismo, mostrando que "tem razão José Martinez de Souza quando diz que o 'jornalismo mundial não é uma entidade unificada', existindo aspectos formais que distinguem os diversos jornalismo".

O autor entrevê no agrupamento de textos jornalísticos em gêneros uma possibilidade de ordenar a reflexão sobre aquilo que até agora encontra-se praticado dispersamente, sem encontrar sua especificidade científica.

Sem desprezar as pesquisas anteriormente realizadas em torno da questão de gêneros jornalísticos, porém reverendo-as criticamente, a obra caracteriza-se por ser um panorama geral destes estudos, com a vantagem de formar um novo quadro, adaptado e gerado pela realidade brasileira. Os estudos de Luiz Beltrão são citados por Marques de Melo como referência básica. Sofrem, no entanto, alterações oportunas para esclarecer comportamentos típicos. Luiz Beltrão esquematiza sua classificação a partir de três categorias: jornalismo informativo, jornalis-

mo interpretativo e jornalismo opinativo. Marques de Melo reduz o quadro para duas: jornalismo informativo e jornalismo opinativo.

São dois os critérios que permitem este agrupamento: um critério de intencionalidade e um critério de articulação da estrutura do relato. Toma-se em "consideração a articulação que existe do ponto de vista processual entre os acontecimentos (real), sua estrutura jornalística (relato) e a apreensão pela coletividade (leitura)."

No capítulo dedicado ao exame dos mecanismos da expressão opinativa, tem-se um enfoque da "direção ideológica", "linha editorial", "filtros" "conotação jornalística de títulos e manchetes", ou seja, um quadro abrangente das principais linhas de força que permeiam a produção do jornalismo, como parte da indústria cultural.

Fiel ao princípio da reflexão inicial, onde os gêneros são contextualizados geograficamente, a última parte da obra tem como título "Gêneros opinativos, identidades brasileiras". Um parâmetro entre o exercício de certos gêneros e aspectos locais é empreendido, como se observa: "É singular o caso das nossas colunas, que funcionam como núcleos de poder, assumindo dimensões só comparáveis ao fenômeno do 'coronelismo', remanescente socio-cultural da carcomida estrutura fundiária brasileira".

É portanto contextual a abordagem que a escritura da obra propõe ao público leitor, o que extrapola seu nível especializado, já que os gêneros examinados em contexto permitem maior compreensão das características intrínsecas de cada um deles. Ao lado desta abordagem, cumpre assinalar a vasta bibliografia arrolada, em nível nacional e internacional, e a presença de um pensamento lúcido que não ignora dentro de seu questionamento que a profissão de jornalista é dotada de significação social e política.

O livro de José Marques de Melo age num território que tem necessidade de padronizar seus códigos e se firmar cada vez mais como ciência autônoma. O jornalismo, através de obras

como *A opinião no jornalismo brasileiro*, encontra cada dia mais sua própria face e consolida sua identidade no campo do conhecimento.

Glória Kreinz

Universidade de São Paulo

"Best-seller" legitimado?

SODRÉ, Muniz, "*Best-seller*": *literatura de mercado*, Ática, São Paulo, 1985, 79 pp.

Não é sem razão que Muniz Sodré observa ser muito restrito o material teórico disponível sobre o assunto "best-seller". Com exceções (cada vez menos raras, atualmente), a crítica universitária o tem encarado como obra que ocupa muito espaço na livraria e pouco na história. Se isso é verdade no que se refere a obras individuais, esse tipo de narrativa, desde que o gênio mercantil de Émile de Girardin concebeu seu pejorado antepassado folhetim, tem demonstrado um fôlego de fazer inveja às mais consagradas obras de arte.

Por isso, o aparecimento de "*Best-seller*": *a literatura de mercado*, obra abrangente, bem-estruturada e isenta de preconceitos, é muito oportuno.

O leitor informado, deparando-se com a equivalência: "literatura de mercado", pode, a princípio, imaginar que encontrará no livro apenas as insofismáveis mas, mesmo assim, simplificadoras definições divulgadas pela miopia daqueles que tudo atribuem aos efeitos da ação capitalista sobre a cultura. Tendo sempre em conta esse referencial básico, o autor contrapõe-lhe, porém, a permanência do mito heróico — eterna fonte de projeções afetivo-culturais — demonstrando que o "best-seller", de uma forma ou de outra, corresponde às mais arraigadas necessidades do imaginário social.

O texto parte da distinção entre literatura culta e literatura de massa, dispensando maiúsculas e mapeando as condições — de produção, de recepção, de juízos — sobre as quais cada

uma se instala, o que incita a compreender o contexto específico das diferentes classes culturais. Ao longo dos capítulos seguintes, situa essa protéiforme produção dentro das diferenças de história e de veículo: do folhetim do jornal à telenovela; monta uma classificação dos vários gêneros (sub?): policial, de terror, de aventuras, sentimental, ficção científica; destaca os aspectos mítico, informativo e pedagógico como constantes estruturais comuns a todos eles; aponta traços de sua estética e ideologia.

Toda essa gama de informações, porém, não atenta muito para a realidade brasileira, a não ser, obviamente, quando incide sobre a telenovela. Se na Inglaterra, berço da revolução industrial e, conseqüentemente, da cultural, a maioria da população só se tornou leitora de livros na segunda metade do século XX, quando ocorrerá no Brasil a expansão quantitativa da leitura já que a tríade: alfabetização, escolaridade, poder aquisitivo mal se implantou na formação do hábito de leitura do brasileiro urbano?

A lamentar ainda que Muniz Sodré não se detenha mais sobre a "antropologia do cotidiano das grandes cidades" a que remete no capítulo final, especialmente se se considera o fato de que a dinâmica cultural, em cidades brasileiras, é extremamente complexa, havendo fecunda articulação entre expressões da cultura popular, da literatura culta e da indústria cultural.

Mas, isso já seria pedir outro livro, inadequado, talvez, aos requisitos de uma série editorial denominada "Princípios". Estes estão preenchidos. Ao leitor especializado, permite uma visão totalizadora dos principais problemas suscitados pelo envolvente fenômeno literário. Ao leigo, uma ótima introdução a eles. Além disso, instiga todos a não usarem levemente rótulos do tipo: "escapismo", "alienação", "lixo cultural", sem antes ponderar sobre a simetria existente entre a sintaxe da narrativa "best-seller" e a sintaxe ideológica que ordena o mundo ocidental.

Maria Elena Ortega Ortiz Assumpção
Universidade de São Paulo

Telenovela x Literatura

CAMPEDELLI, Samira Youssef,
A telenovela, Ática, São Paulo,
1985, 96 pp.

Quem está interessado no fenômeno da telenovela deverá estar atento à preocupação da autora. Ela estudou a telenovela sob o enfoque do romance-folhetim do século XIX. Nisto está o mérito do estudo e, como tal, sua contribuição.

Enquanto conceito, a palavra novela não corresponderia à palavra equivalente de outras línguas, e o correto seria chamá-la de folhetim. Enquanto estrutura, a novela caracteriza-se pelo tipo de ficção de roda-pé em jornais franceses após 1830.

O "folhetim eletrônico", entretanto, tem características próprias: os acontecimentos paralelos originados pela multiplicidade de histórias (plots), e o "processo do enquanto", a manutenção do suspense, ao atender solicitações do público-espectador, até o capítulo final.

A autora procura uma caracterização da telenovela: folhetim melodramático, folhetim exótico, a telenovela alternativa que cria o clima psicológico, a telenovela chanchada e a novela-verdade.

Evidencia a estratégia da Rede Globo em relação à sua tendência de monopolização, que utiliza todos os recursos de marketing, desde a divisão de horários das telenovelas até a encarnação do bem e do mal na qual a telenovela não modernizou, conforme a autora ao fazer uma comparação com o teatro do século XIX.

Analisando o percurso das telenovelas de Janete Clair, evidencia em "O Astro" o funcionamento do folhetim, tomando elementos literários na construção de personagens como referência.

O livro faz parte da coleção "Série Princípios" lançada pela Ática, e como tal, de certo, há de obedecer a alguns critérios de editoração em relação ao público destinatário. Entre-

tanto, a preocupação da autora o torna uma ferramenta de subsídios no estudo do fenômeno social da telenovela nas escolas de comunicação.

João Luis van Tilburg
Universidade Federal
do Rio de Janeiro

A desprezada tipografia

CASTRO, Renato Berbert de, *A tipografia imperial e nacional da Bahia*, Ática, São Paulo, 1984, 274 pp.

Povo intrépido e conquistador, que desafiou os desconhecidos oceanos, em sua frágeis caravelas, incorporando colônias longinhas à sua Administração, os portugueses não cuidaram, todavia, de possuir de pronto, uma tipografia, o que só ocorreu em 1487, quando os demais países da Europa já a haviam instalado, sendo a primeira na Alemanha (1450) e a segunda na Itália (1465).

O México conheceu o prelo entre 1533/1534, o que evidencia o nosso atraso nesse campo, porque só em princípios do século XVIII teria funcionado uma pequena oficina em Recife.

A idéia de pátria e de independência passou a evoluir, a despeito do jugo de Lisboa e a história sofreria alterações imprevistas, com o que os compêndios escolares ainda classificam como a *transmigração da família real portuguesa para o Brasil*, porque, na Europa, Napoleão Bonaparte iniciava a distribuição dos tronos que conquistava, e a política internacional se tornava confusa. D. João VI aqui chega, instala a Corte e, passado o perigo, retorna à sua terra, deixando D. Pedro como Príncipe Regente. Legou-nos, antes, a Imprensa Régia e a *Gazeta do Rio de Janeiro*.

Surgem as guerras da independência e, na Bahia, forma-se, em Cachoeira, cidade às margens do rio Paraguaçu, um Conselho Interino do Governo.

Reúnem-se os seus membros e, como uma de suas primeiras providências, resolvem pedir ao "Augusto Senhor, a remessa de uma tipografia", justificando, em ofício, que ela seria útil "para as suas múltiplas atividades", principalmente no que dizia respeito "às proclamações e bandos, destinados a atingir o maior número possível de seus partidários". Depois de perseguida durante séculos, uma gráfica via reconhecido o seu valor. Mas não seria por muito tempo...

O livro de Renato Berbert de Castro, com prefácio do professor Pedro Calmon, narra como foi atendida a solicitação e os trabalhos de tipografia, até ser fechada em 1931. O material chegou aos solicitantes em 1832, pela escuna "Seis de Fevereiro", junto com "60 quilos de chumbo, 150 caixões com armas, cartuchos, fuzis, resmas de papel e outros objetos".

Instalada em um sobrado, denominou-se inicialmente Tipografia Nacional (sem qualquer ato oficial que a criasse) e, em 30 de janeiro de 1826, por anuência de D. Pedro, passou a ser Tipografia Imperial e Nacional.

Curiosos são os capítulos do livro, que se referem ao interesse demonstrado por Vicente Ribeiro Moreira, redator do jornal "Grito da Razão", em obter o cargo de administrador da tipografia. A fim de comprovar os serviços que prestara, obteve atestados de diversas autoridades, e esses documentos, para terem validade, deviam confirmar que os seus signatários haviam jurado a Constituição do Império.

O Comandante das Barcas Estacionadas na Bahia, João Francisco de Oliveira Botas, "Cavaleiro da Imperial Ordem do Cruzeiro e Capitão-Tenente da Marinha Brasileira" certificava que o jornalista havia se oposto "sempre aos planos dos anarquistas que por muitas vezes tentaram depois as autoridades constituídas, das quais tem sido ele um dos maiores sustentáculos". Vicente Ribeiro Moreira obteve a nomeação para Diretor da Tipografia Nacional da Cidade da Bahia (para onde ela fora transferida, após a retirada dos portugueses), com o ordenado de

500\$000 réis, o que lhe permitiu viver "contente e satisfeito".

Preocupava-se a administração pública em conhecer como andava a tipografia, pedindo-lhe constantes relatórios. Da lista obtida por Renato Berbert de Castro, consta que ela confeccionou bilhetes de rifas, "a relação da iluminação e baile com que nesta cidade se festejaram os desposórios de S. Majestade o Imperador", avisos com os números dos bilhetes premiados da loteria da misericórdia, recibos para alugueis, passaportes, notícias do Teatro e alguns jornais.

Os tempos de glória passaram e a Lei de 15 de dezembro de 1830, que criou a receita e fixou a despesa do país para 1831/1832, determinou (artigo 23) que ficavam suprimidas as despesas com as Tipografias Nacionais das Províncias, que seriam vendidas em hasta pública. A da Bahia foi arrematada por 4:304\$720, preço considerado razoável. Voltava-se ao desprezo pelas oficinas de composição e impressão. Seria por temor às idéias que pudessem difundir?

Renato Berbert de Castro inclui reproduções de vários trabalhos feitos na gráfica: jornais, bandos (pregões, avisos e publicação de leis), capas de livros e relatórios. Entremendo suas exposições, com a transcrição de documentos na íntegra, o autor realizou uma difícil e demorada pesquisa.

A leitura do livro é facilitada, não só pela curiosidade que desperta, mas também porque todos os ofícios e atestados que transcreve estão na linguagem atual, cuidadosamente traduzidos e não no português arcaico. O livro é uma história de lutas e da comunicação no Brasil-Império, tendo como fundo (amenizado pelo ótimo texto) a política e as pretensões dos que aspiravam a postos, alegando, além de seus duvidosos méritos, que, muito antes, haviam jurado a Constituição e proclamado fidelidade perpétua ao Príncipe...

Mário L. Erbolato
Pontifícia Universidade Católica
de Campinas (SP)

"Quando nós era gente,
votei pra presidente"

CALDEIRA, Teresa Pires do R.,
A política dos outros — O cotidiano dos moradores da periferia e o que pensam do poder e dos poderosos, Brasiliense, São Paulo, 1984, 300 pp.

O livro documenta a história de um bairro de periferia e de seus moradores. A autora descreve minuciosamente o modo de vida no Jardim das Camélias em São Miguel Paulista, Estado de São Paulo e, através de depoimentos de moradores, explicita como concebem o funcionamento da sociedade.

Com sua linguagem peculiar, moradores do Jardim das Camélias revelam a percepção da existência de profunda desigualdade social e o lugar desfavorável que eles e os demais pobres desfrutam no convívio social. Identificam os ricos, os mais ou menos, os pobres e os mais pobres, mas falam mais dos ricos e dos pobres como pólos em contradição. Indicam os mecanismos de exploração do trabalho e constataam "que o salário pago atualmente, menor do que deveria ser, não reconhece a dignidade de um homem — um homem que trabalha — obrigando-o a uma vida subumana" (p. 194). Tudo isso expressam através da vida, da experiência do que viram e sentiram na própria pele, ou seja, nas relações sociais nas quais estão inseridos. Vejamos algumas evidências disso através de suas falas: "Pobre, quando ele nasce, já nasce pobre (...) e o rico quando vai nascendo já tem o seu berço pronto. (...) O pobre só melhora um grau é quando ele acerta na loteria esportiva. (...) Eu queria ter sorte de acertar na loteria esportiva, que pra ninguém eu trabalhava mais, eu não dava meu tempo pra ninguém; (...) Os donos de indústria, eles não fazem nada, só manda e (...) esperando que os outros faça por ele; (...) eu não acredito que um rico vive sem

ser às custas do pobre, ele só vive às custas do pobre. (...) O pobre também precisa do rico, precisa sim, porque sem o rico ele também não vive, porque ele não tem meios de viver, se o rico tem uma indústria, tá distribuindo serviço. (...) Ele vai precisar daquele emprego. (...) Rico fica rico explorando os pobres. (...) O legítimo escravo tá certo que acabou-se, mas a escravidão, não (pp. 151-152).

A relação baixo salário e alto custo de vida é tomada como desequilíbrio permitido pelo governo, indicam a existência de aliança entre capital e Estado na exploração dos pobres. Na fala de um morador: "Os patrões enchem o bolso, o presidente ajuda, ele também enche o bolso e nós aqui em baixo estamos na pior, cada vez pior" (p. 206). Mas, enquanto para uns os pobres são colocados apenas na situação de vítimas, outros captam a complicidade: o culpado pelo alto custo de vida "acho que é o governo e o povo: o povo porque aceita, e o governo porque aumenta" os preços (p. 206).

Ao governo é atribuído poder centralizado e ilimitado: "Obrigação dele fazer é tudo, é olhar tudo, é olhar pra lavoura, pra cidade, o estudo, e tudo" (p. 210). Mas a imagem que se tem do governo não é apenas como quem poderia resolver os problemas, mas "absolutamente necessário para o bom funcionamento da sociedade" (p. 211).

Lembrando que o estudo foi feito ainda sob a ditadura militar, há convicção de ser obrigação do governo "trabalhar para o povo" e de que o povo perdeu o direito de escolher seus governantes e, com isso, de influir no poder e garantir que fossem tomadas atitudes em seu benefício" (p. 223).

Os entrevistados identificam o governo militar, o poder, com os ricos. As possibilidades de mudança, de modificar as condições sociais são vistas por alguns como impossíveis (o que existe, sempre existiu e vai continuar existindo), outros apontam pistas de influir nas decisões políticas. Sempre mediatizam as pistas com as dificuldades da realidade concreta. Em suma,

para que a sociedade funcionasse de forma justa, consideram necessário existir canais institucionais e legais que garantissem o controle e a pressão sobre os governantes.

É indiscutível a contribuição deste trabalho que, além de outros méritos, torna transparente o cotidiano e os valores culturais no Jardim das Camélias, onde se sobrevive com orçamento familiar de subsistência e acentuada carência de acesso aos bens de consumo coletivo. Apenas a título de sugestão seria necessário que a autora entrasse a fundo na questão da participação em movimentos, visto que a "maior parte dos entrevistados (...) já participou ou participa de diferentes movimentos sociais" (p. 150).

Por outro lado, nos valores culturais que a autora consegue evidenciar, há acentuada reprodução da ideologia burguesa, como se expressa na idéia de tomar a pobreza como destino ou natural e não como historicamente construída, e a possibilidade de mudar "só com golpe de sorte". Os sonhos para o futuro — o melhorar de vida — são colocados como luta pela ascensão social *individual* a ser conseguida através do trabalho, do estudo e da competência pessoal.

Cicilia Maria Krohling Peruzzo
Universidade Federal do
Espírito Santo

A reflexão lírica da notícia

SÁ, Jorge de, *A crônica*, Ática, São Paulo, 1985, 94 pp.

A despeito da condensação da obra, característica da série *Princípios*, ela se organiza pelo princípio da própria crônica: o tratamento de circunstância, jornalística e, no entanto, capaz de concentrar um painel maior de valores teóricos e informações incisivas sobre o gênero no contexto da literatura e do jornalismo brasileiros.

Jorge de Sá trabalha numa metodologia de professor (mas não tanto co-

mo no estilo didático de *Os diferentes estilos*, de Paulo Mendes Campos) e, deste modo, principia por uma definição do gênero na história da nossa produção cultural. No entanto, vai além, pois o ato definitório faz ver a evolução do gênero, a circunstancialidade permeada pela força da reflexão lírica dos narradores-repórteres. De dentro desse hibridismo, nasce uma vida cotidianamente tornada eterna, sem nunca deixar de ser lingüisticamente coisa do dia-a-dia.

Em seguida a essa definição, viva e histórica, passa à tentativa de captação do modo-de-produção dos nossos principais cronistas: Rubem Braga, Fernando Sabino, Stanislaw Ponte Preta, Lourenço Diaféria, Paulo Mendes Campos, Carlos Heitor Cony, Carlos Drummond de Andrade e Vinicius de Moraes. E o que vê neles, em todos? Aqui e ali a recolha do ato criador que já antevira em sua definição, na página 11: "Com o seu toque de lirismo reflexivo, o cronista capta esse instante brevíssimo *que também faz parte da condição humana* e lhe confere (ou lhe devolve) a dignidade de um núcleo estruturante de outros núcleos, transformando a simples situação no diálogo sobre a complexidade das nossas dores e alegrias".

Essa brevidade tornada reflexão literária é o diapasão pelo qual Jorge de Sá vê, aquele pitoresco dignamente feito literatura em Fernando Sabino, ou a biografia fazendo-se texto e obra (e explicando-se mais) em Rubem Braga, bem como a costura verossímil dos retalhos de informação em Lourenço Diaféria e a visão para além do fato, poeticamente, de Paulo Mendes Campos. Aqui e ali a imagem dos retalhos, do informe-informação, da imaturidade caminhando para construir-se e, assim, certas personagens e situações também se repetem, pois importam para o próprio princípio construtor da crônica: o bulício da cidade, as vozes populares, os lances da meninice. Ah!, o menino é essencial: ele se forma na feita reflexiva do cronista, na sua recolha de retalhos, na sedimentação de sua

memória e seus gestos culturais. Por isso, Drummond não deixa por menos: "A cidade multiplica-se, a casa cede lugar ao edifício, o edifício vira constelação de escritórios, o menino fica sendo excedente incômodo... Onde está o menino, para onde foi o menino? É assim que morrem as cidades".

Essa brevidade — que é condição humana —, transformada em diálogo sobre a complexidade das nossas dores e alegrias, compõe o gênero que Antonio Cândido viu como "a vida ao rés-do-chão", no qual o miúdo se define como poesia e verdade num cenário insuspeito, sem fausto e, por obra daquela reflexão lírica, faz-se instrumento para devolver à vida beleza e singularidade.

Jorge de Sá penetra nesse caminho também da conclusão e o faz pela diferenciação entre a crônica no jornal e a crônica no livro. Nesse sentido, é belíssima a sua análise da página-homenagem a Pedro Nava, morto em 14 de maio de 1984. Publicada no *Jornal do Brasil*, a página mescla comentários biográficos, informações sobre a morte e crônica e o próprio recorte dos textos é sinal do intercâmbio entre a verdade e a poesia da criação jornalística. Se não é impossível ler as linhas da crônica na sequência da veloz produção jornalística (pois um comentarista anônimo também fez poesia quando disse: "Iluminado pelos posts da Glória, Pedro Nava estava morto"), também fica claro que a crônica ultrapassa a notícia pela reflexão lírica e se candidata à permanência contínua. Se, porventura, chegar ao livro — como é comum — nós a leremos numa sequência que, além de independente de circunstâncias, propiciará a própria recuperação de todas as circunstâncias para a melhor organização dessa vida ao rés-do-chão, na cidade dos meninos e seus sonhos, de todos nós com nossas dores e nossos desejos.

Luiz Roberto Alves
Instituto Metodista de
Ensino Superior

Saiba o que não está no gibi

BIBE-LUYTEN, Sônia M., *O que é história em quadrinhos*, São Paulo, Brasiliense, 1985, 88 pp.

Livrinho simpático e despretensioso, cabe bem no seu objetivo e no da Editora de dar informações rápidas e substanciais sobre a natureza e a história dos quadrinhos, os gibis, que preencheram a infância de muitos e ainda continuam a ser consumidos com avidez por crianças e adultos.

Sônia soube condensar alguns pontos essenciais para caracterizar esta nova forma de literatura de massa, colocando em linguagem simples algumas noções sobre a natureza, sobre o que é a história em quadrinhos e, em seguida, mostrando, num panorama geral, o que foi a história dos quadrinhos até o presente momento, no mundo e no Brasil, para em seguida fazer umas apreciações sobre os problemas que os quadrinhos enfrentaram em toda parte e especialmente aqui.

Dos elementos constitutivos, embora com alguma imprecisão científica, faz um esquema dos elementos constitutivos e do comportamento dos códigos que se imbricam na formação da linguagem dessa forma narrativa. Quanto ao que foi a história dos quadrinhos, traça, numa linha simplificada, os momentos importantes da evolução do gênero. Inicia pela "pré-história" das histórias e pelo advento dos "comics" americanos, quando os quadrinhos ganham, por assim dizer, sua cidadania e invadem os veículos de comunicação de massa, tomando de assalto os grandes diários americanos, no fim do século passado, no advento da rotativa e da impressão a cores. O lançamento da personagem "Yellow Kid" foi o marco não só na história dos "comics" americanos e do mundo, como também da imprensa que lhe tomou o nome, a "yellow press". Des-

creve, depois, o momento da "difusão dos comics", quando os quadrinhos tomaram conta do mundo graças à distribuição perfeita e à difusão promovida pelos "syndicates", as agências distribuidoras de histórias por todos os cantos do planeta. Daí passa à consolidação dos "comics", sobretudo dos americanos, depois, à fase de turbulência e adversidade provocada pelos conceitos moralistas da campanha contra os quadrinhos iniciada pelo livro *A sedução dos inocentes*, de Frederic Wertham, de infeliz memória: "A reconstrução do prestígio perdido" que coube aos quadrinhos de pós-guerra, não mais "comics" apenas, sem só "action", mas quadrinhos de todos os tipos, pensantes, eróticos, engajados, revoltados, "udi-grudi", endereçados agora também a adultos, como Pogo, de Walt Kelly, ou os "peanuts", de Charles Schulz, ou as incríveis histórias de Jules Feiffer, ou a Mafalda, de Quino; a "vanguarda feminina" de Barbarella, Valentina, Paulette, Scarlet Dream, e daí sem mais parar; a revolução contra o já estabelecido, o grito de revolta contra as histórias em quadrinhos "pasteurizadas" que teria lançado o grupo de estudantes liderados por Robert Crumb, no capítulo "Abaixo a ordem. Viva o underground". Sônia faz ainda algumas rápidas excursões pelos quadrinhos da China, da África e da Argentina, antes de mostrar "A longa luta dos quadrinhos brasileiros". "Um início modesto", como diz, muito mais imitativos do que criativos". As histórias estrangeiras eram, no início, literalmente decalcadas do original: "A nossa primeira revista de HQ chamava-se *O Tico-Tico*, e surgiu já em 1905. Seu personagem principal chamava-se Chiquinho, um menininho loiro de cabelos compridos. Na realidade, era uma cópia de Buster Brown, criado por R. Outcault, o primeiro desenhista de quadrinhos americano, o mesmo autor de 'Yellow Kid'". Daí passa a mostrar como os nossos desenhistas conseguiram não só nacionalizar uma personagem, tornando-a bem brasileira, nos traços e na ação, mas também a

criar personagens e histórias que revelavam o nosso meio: "Reco-Reco, Bô-lão e Azeitona", de Luís Sá; Jujuba, Carrapicho e Lamparina, do inimitável J. Carlos, quando finalmente se deu o bum das histórias em quadrinhos com o aparecimento do "Suplemento Juvenil", em 1934, no Rio, que, ao lado da "Gazetinha Infantil", de São Paulo, abriu um campo para o aparecimento de inúmeros desenhistas, culminando com Maurício de Souza que, na década de 70, conseguiu penetrar no mercado editorial e mostrar, também no exterior, a sua obra.

Esse rápido passeio pelo mundo encantado das histórias em quadrinhos talvez sofra da superficialidade dos passeios turísticos, mas não deixa de difundir o conhecimento maior daquilo que é objeto de leitura de milhares de pessoas em todo o mundo. Claro que a obra carece de outros enfoques, mas também é claro que, além de não estar nem nos propósitos da Editora nem nas dimensões da coleção, também não está nas necessidades do público leitor, que prefere mesmo é curtir os quadrinhos de todos os gêneros e de todos os heróis.

Antonio Luiz Cagnin
Universidade de São Paulo

Imprensa fluminense, capital e interior

IPANEMA, Marcelo e Cybelle de,
*Imprensa fluminense — Ensaios
e trajetos*, Instituto de Comuni-
cação Ipanema, Rio de Janeiro,
1984, 400 pp.

Com este título, os seus autores, Marcelo e Cybelle de Ipanema, apresentam um livro que encerra, possivelmente, o mais completo trabalho de pesquisa da imprensa do Estado do Rio, válido pa-

ra um período de 164 anos, de 1808 a 1975. Isto é, desde quando o Rio de Janeiro tornou-se a capital do país. Por esta e outras circunstâncias, é uma pesquisa que se entrosa com a imprensa do Brasil. Esta surgiu em 1808 com a produção da Imprensa Régia: a "Gazeta do Rio de Janeiro". Lembram os autores que nesse mesmo ano apareceu em Londres o "Correio Brasiliense", editado por Hipólito José da Costa; no Rio, o Jornal do Commercio, em 1827; na Baía, em 1811, a "Idade d'Ouro do Brasil".

Seguem os autores descrevendo a implantação e fascínio do jornal no país, no período de sua independência monárquica até 1852, ano em que já existiam na Província Fluminense 150 periódicos em 54 municípios.

De 1852 a 1950 relacionam cinco períodos para a imprensa nacional: telegrafo submarino — radiotelegrafia — rádio — televisão. Em cada um destes períodos apreciam a evolução das técnicas de redação e de impressão de jornais, das transformações morfológicas e de conteúdo; fazem uma relação e descrição dos mais destacados órgãos, seus diretores, redatores e outros militantes. Examinam os fatos políticos nas fases da monarquia e da república, e sua influência na imprensa.

Dedicam capítulos inteiros à imprensa interiorana, com todo o seu número considerável de periódicos — empolgados com os seus problemas locais e regionais —, numa demonstração jornalística que enobrece o Estado do Rio. Estabeleceram uma distinção entre a Imprensa da Capital e a Regional. Lembram que o atual Estado do Rio teve, incorporados a seu patrimônio jornalístico, dois casos de Imprensa da Capital: a de Niterói e a do Rio, ex-Guanabara (1960 a 1975) com o status de capital do país até 1960. "A força, porém, do pólo político e cultural que foi e continua a ser o Rio, propiciou condições para expansão, que prossegue, da sua imprensa para além da cidade e do Estado, fato que quase

conferir a alguns de seus jornais a condição de jornais nacionais”.

Como Imprensa Regional consideram a que tem sido produzida nos municípios e que, conforme o tipo de publicação, pode extrapolar os limites geográficos destas unidades, como restringir sua ação a distritos ou a bairros. Historiando, detêm-se apontando o pioneiro jornal de Niterói — o Eco na Villa Real da Praia Grande (1829) e destacando o sesquicentenário do Monitor Campista, festejado em 1984.

Graças às suas próprias pesquisas e a trabalhos de entidades categorizadas — SEEPLAN e PI etc. — apresentam o levantamento resultante da Imprensa Fluminense, dentro do período de 1970 a 1984: 309 jornais, 42 revistas, além de 13 boletins, 1 almanaque, 3 guias e 1 anuário.

Os autores examinam o impacto produzido com a implantação do rádio no país e as transformações operadas na imprensa. Abordam a reação desta sob o impacto da televisão, a sua resistência ao revelar o extraordinário aumento da tiragem entre 1955 e 1969, assim como as alterações de forma e conteúdo em suas edições. Boa soma dos trabalhos apresentados pelos autores foi desenvolvida no período de 1975 a 1983, em que atuaram no Conselho Estadual de Cultura, sob a gestão do acadêmico escritor, José Cândido de Carvalho.

O livro foi prefaciado pelo ilustre jornalista diretor do “Fluminense” de Niterói, Alberto Francisco Torres, que à obra se refere como “uma grande contribuição destinada à Imprensa na terra fluminense, patrimônio de alto mérito, porque nunca tantas informações e conceitos sobre o assunto foram até aqui reunidos com a celeridade de autores de tão reconhecidas respeitabilidade e projeção”.

Mario Ferraz Sampaio

Academia Campista de Letras
(Rio de Janeiro)

O que pinta de novo nas campanhas políticas

TORQUATO DO REGO, Francisco Gaudencio, *Marketing político e governamental: um roteiro para campanhas políticas e estratégias de comunicação*, Summus, São Paulo, 1985, 87 pp.

Reconhecidamente um dos maiores nomes da comunicação empresarial e institucional no país, o professor Gaudêncio Torquato vinha, há mais de dez anos, agregando sucessos à sua brilhante carreira de pesquisador, docente e *expert*, sem que o público mais distante de seu âmbito de trabalho pudesse desfrutar do muito que ele tem a contribuir para o avanço do conhecimento em seu campo de atuação.

Mais recentemente, porém, num espaço de menos de um ano, surgem seus dois primeiros livros, editados pela Summus Editorial na coleção “Novas Buscas em Comunicação”. De início, *Jornalismo empresarial: teoria e prática*, que reflete tanto a excelência do trabalho pioneiro que Torquato vem realizando no universo acadêmico, desbravando a reflexão teórica sobre comunicação empresarial e institucional no país, quanto a sua profícua jornada no campo empresarial, implantando, dirigindo e supervisionando atividades e projetos de relações públicas, imprensa, jornais e revistas de empresa, *marketing* cultural e identidade corporativa.

Como evolução natural de sua trajetória profissional e acadêmica e após elaborar teses de doutoramento e de livre-docência, seu segundo livro lançado no mercado é *Marketing político e governamental: um roteiro para campanhas políticas e estratégias de comunicação*.

O autor pretende, nesta obra, construir um manual objetivo, claro, porém consistente, cujos ensinamentos práticos possam ser empregados e testados

imediatamente por aqueles interessados em aliar na prática política brasileira, os métodos tradicionais às técnicas de *marketing*.

O livro chega em boa hora, nesse momento histórico de recuperação política pela sociedade civil. Torquato consegue administrar todo o seu conhecimento de maneira pragmática, dividindo o livro em quatro segmentos bem-definidos e interligados que visam revelar o ABC do *marketing* político, orientá-lo para a aplicação em campanhas no interior do Brasil, estabelecer estratégias de comunicação para o *marketing* governamental e formar um criativo glossário, que não apenas conceitua termos, como também sugere a atitude adequada a tomar diante de diversas situações ali representadas. "Rádio", por exemplo, identificado como "o maior canal de comunicação do interior do Brasil", é também apontado como "o mais perfeito instrumento de mídia no interior para uso político". E para quem gosta de recados diretos, o glossário especifica que "antolho" é "alguém que está atrapalhando nas fileiras adversárias ou mesmo no partido do candidato" e que, portanto, "precisa ser afastado".

Ao lado desta estruturação racionalmente conduzida, o livro é redigido em linguagem precisa e objetiva, apoiando-se na realidade brasileira para indicar medidas que só se aplicam ao contexto político deste país. É por isso que o autor recomenda "identificar os novos coronéis e seu tipo de mando", uma vez que o poder dos antigos coronéis se reparte, surgindo uma variedade complexa de mandos, "dos tradicionais, à base de prestação de favores e 'votos de cabresto' aos mais modernos, como o mandonismo à frente de entidades e associações de classe".

Signo zodiacal de Áries, e como bom ariano típico, um pioneiro, Torquato abre com esta sua obra mais uma ponte de interligação frutífera entre a reflexão acadêmica e a prática do mundo externo para, em seu raio de ação,

contribuir para a maturação técnica, cultural e política da sociedade brasileira.

Edvaldo Pereira Lima
Faculdade de Comunicação
Cáser Líbero

Relações públicas: a busca de uma teoria abrangente

SIMÕES, Roberto Porto, *Relações públicas: função política*. FE-EVALE — Federação de Estabelecimento de Ensino Superior, Novo Hamburgo, 1984, 114 pp.

A obra, composta de vinte pequenos capítulos, propõe um referencial teórico mais abrangente para as Relações Públicas, apresentando novas idéias e revendo as já existentes. A tentativa de se dar um redimensionamento para questões como: a própria teoria das Relações Públicas, o currículo universitário, o perfil do profissional, a prática da atividade e a ética das organizações, constitui preocupação notória do autor no decorrer do livro.

O ponto de partida é o paradigma proposto, quando se estabelece um quadro-modelo do processo de Relações Públicas com o processo existente na sociedade, onde o conflito é iminente, sendo que sua compreensão profunda exigirá que o leitor passe a ver os demais capítulos.

A partir do modelo estabelecido, situa as Relações Públicas no contexto das ciências, enfatizando como condição para o seu desenvolvimento o aprofundamento dos fatos sociais, à luz do conhecimento científico. Para se chegar ao significado real do termo Relações Públicas analisa aspectos relacionados com o processo, função e atividade.

"O processo de Relações Públicas inicia-se e reativa-se pela informação, mantém-se com a comunicação e es-

trutura-se em interações, visando à transação" (p. 37). As relações desse processo se dão por meio de relações subjetivas e objetivas, levando-se em conta aspectos de ordem social, cultural, econômica, política, ideológica, histórica, jurídica e filosófica.

Enfatiza a necessidade da administração do conflito e da controvérsia, estabelecendo parâmetros diferenciadores entre essas modalidades no processo de relacionamento organização-público, que busca integrar interesses e estabelecer compreensão mútua.

Com base na teoria dos sistemas abertos coloca as Relações Públicas como subsistema organizacional, descrevendo as suas diversas funções e suas atividades intrínsecas e extrínsecas, para depois falar das possíveis estratégias para o seu desenvolvimento, analisando o conjunto de posições teóricas já existentes com base nos enfoques: filosófico-prático, político, psicossociológico, comunicacional, mercadológico e pragmático. Outro aspecto considerado pelo autor é a utilização de instrumentos, que não detalha, especificamente quais, embora afirme existir farto documentário sobre o assunto.

Na questão do objetivo das Relações Públicas, deixa clara a necessidade de as organizações se integrarem com o ambiente, levando a perceber qual o papel das Relações Públicas nesse contexto.

Ao nosso ver poderia ter ficado mais clara qual a contribuição dessa área no tocante à responsabilidade social das organizações, no mundo de hoje.

Considera como objeto de Relações Públicas a organização e seus públicos e como objeto formal o conflito e como finalidade última "a de através da legitimação de sua autoridade de po-

der de decisão preparar os mercados para iniciar, expandir e manter as trocas com a organização" (p. 120), quando fala da integração das Relações Públicas com o marketing. Falta, portanto, uma maior ênfase na parte essencialmente institucional de acordo com a Lei 5.377.

Por fim retoma o paradigma proposto no início para elucidar melhor o papel e o perfil do profissional de Relações Públicas, a formação profissional e as considerações finais que são na verdade as conclusões pessoais do autor.

Acreditamos que Roberto Simões com sua obra, resultado de dez anos de trabalho, muito tem a contribuir com a área de Relações Públicas, que necessita de um redimensionamento de seus pressupostos teóricos.

É preciso que universitários, professores e profissionais, conscientizem-se da necessidade de partirmos para um posicionamento mais efetivo e fundamentado do verdadeiro significado da profissão e da atividade de Relações Públicas. Isso o autor deixa bem claro.

Achamos, no entanto, que *Relações Públicas: função política* deveria, também abordar a questão dos públicos, já que constituem um dos seus objetos de estudo. Apesar do constante enfoque das relações de poder entre a organização e a sociedade, demonstrado pelo autor como função latente de Relações Públicas, parte do título "função política", frustra um pouco o leitor, na medida em que o assunto não é tão explorado ideologicamente.

O mais relevante de tudo é o convite que o autor propicia à busca de uma teoria para as Relações Públicas.

Margarida M. Krohling Kunsch
Universidade de São Paulo

CURSOS INTERCOM

A Diretoria Cultural da INTERCOM vem promovendo cursos e seminários destinados a aperfeiçoar o conhecimento dos seus associados e possibilitar o contato de pesquisadores amadurecidos com os jovens que se iniciam no estudo e na prática da comunicação.

Eventos realizados em 1985:

1. Pesquisa de Opinião Pública
Professor: Sara Chucid da Viá
2. Comunicação Empresarial
Professor: Gaudencio Torquato
3. Técnicas de Criatividade na Redação
Professor: Gilson Rampazzo
4. Relações Públicas no Meio Rural
Professor: Flavio Valsani
5. Telemarketing
Professor: Alceu A. da Costa
6. Pedagogia da Comunicação
Professor: José Marques de Melo
7. Novas Tecnologias de Comunicação
Professor: Luís Fernando Santoro
8. Artes Gráficas
Professor: José Coelho Sobrinho
9. Reuniões e Participação Programada
Professor: Cândido Teobaldo de Souza Andrade
10. Cultura Popular
Professor: Jesus Pires Ferreira
11. Produção Editorial
Professor: Antônio de Paulo Silva
12. Assessoria de Imprensa
Professor: Manoel Carlos Chaparro
13. Comunicação radiofônica
Professor: F. Assis Fernandes
14. Jornalismo Gráfico
Professor: F. Assis Fernandes

A programação para 1986 poderá ser solicitada a: INTERCOM — Diretoria Cultural — Caixa Postal 20793 — São Paulo 01498 — Brasil ou pelo telefone: (011) 571-5076.